

Kulutuskulttuurin tutkimusta Kiotossa – Cool Japan!

Eliisa Kylkilahti

Vietin kolme kuukautta tutkijavaihdossa Kioton yliopistossa alkuvuodesta 2014. Vierailun mahdollisti palveluiden ja verkostojen orkestrointiin keskittyvä PETNETS¹-tutkimushanke, jonka kansainvälinen yhteistyö rakentuu Kioton yliopiston lisäksi Tokion teknillisen korkeakoulun (Tokyo Institute of Technology) sekä eurooppalaisten yliopistojen välillä. Tekesin rahoittama tutkimusprojekti mahdollisti pidempikestoisen tutkijavaihdon, ja löysin itseni tammikuussa Kioton yliopiston vihreältä kampukselta, lämpimän vastaanoton saattelemana. Onnistuneesta tutkimus- ja kulttuurivaihdosta erityiskiitokset kuuluvat yliopistonlehtori Satoko Suzukille, joka edisti aktiivisesti vaihdon toteutumista.

Kioton yliopiston liiketaloustieteen yksikössä (Graduate School of Management) on professori Haran johdolla keskitytty viime vuosina palvelututkimukseen ja alan opetukseen (Service Value Creation Program). Heidän monitieteinen lähestymistapansa palvelututkimukseen kiehtoi minua ja pääsinkin vierailun aikana seuramaan tutkimuksen tekoa myös kentällä yliopistonlehtori Yutaka Yamauchin kutsuttua minut seuraamaan palvelukohtaamisia tutkivan tiiminsä työtä.

Laitoksen erilaiset palvelututkimushankkeet kytkeytyvät toisiinsa professorien Hara ja Kobayashi johtamassa kattoprojektissa: "*Analyzing Fundamentals of Japanese Creative Service and Its Application to Global Service Enhancement (JCS)*"². Tutkimusta rahoittaa Japan Science and Technology Agency (JST), jota voidaan verrata Suomen Tekesiin. Apulaisprofessorit, kuten Yutaka Yamauchi ja Satoko Suzuki tekevät omaa tutkimustaan osana projektia. Tutkimus liittyy Japanin tavoitteeseen brändätä kulttuuri-ilmiöitä "Cool Japan"-konseptin alle ja yhtenä projektin ohjaavana ajatuksena ovatkin Japanin mahdollisuudet kulttuurivientiin: millaisia kulttuurielämyksiä Japanista voitaisiin viedä muualle maailmaan? Tästä näkökul-

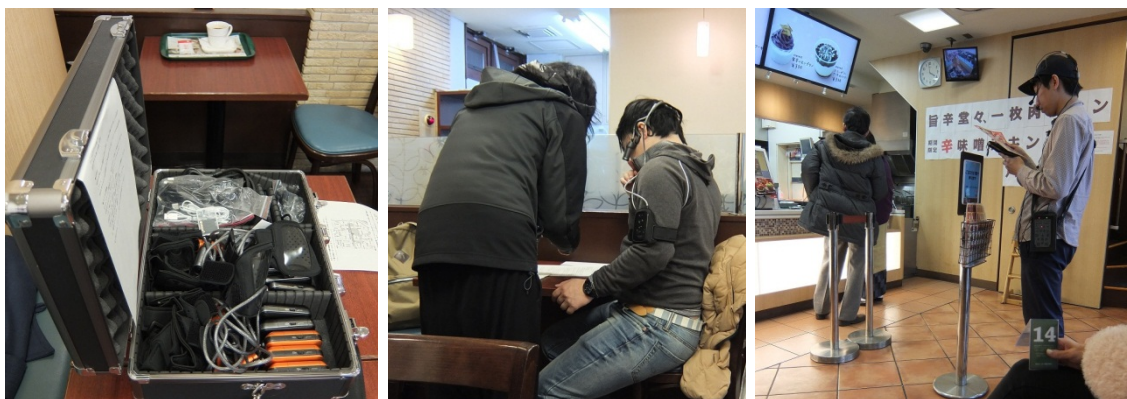
¹ Kiitokset Tekesin rahoittamalle "PETNETS – Orchestrating networks for better pet services" -projektille. <http://petnets.fi/>

² Lisätietoja JCS-hankkeesta: <http://www.omilab.org/web/jcs/home> ja <http://www.ristex.jp/servicescience/EN/project/2011/03/>

masta tutkimuksen tarkastelun kohteena ovat japanilaisen kulttuurin erityisilmiöt ja kulttuurien väliset erot.

Yutaka Yamauchi työskentelee palvelututkimuksen yksikössä, mutta lisäksi hän on aktiivisesti mukana perustamassa Kioton yliopiston tiedekuntarajat ylittävää design schoolia. Yamauchin oma tutkimustausta on pääasiassa etnografisessa tutkimuksessa (esim. Yamauchi, 2011). Tällä hetkellä hän tutkii tiimeineen vuorovaikutusta palvelukohtaamisissa design-lähtöisesti. Palvelukohtaamisten vuorovaikutusta tutkittaessa design-lähtöisyys tarkoittaa sitä, että tutkimuksessa huomioidaan esimerkiksi, miten tilojen suunnittelussa voidaan hyödyntää saatuja tuloksia. Kiinnostuksen kohteena on myös se, mihin kuluttajat kiinnittävät katseensa ja huomionsa. Lisäksi he tarkastelevat, millaisin tilaratkaisuin voidaan edesauttaa asiakassuhteita luovaa ystävällistä jutustelua tai millainen ruokalistan asettelu edesauttaa sujuvaa viestintää kuluttajalle?

Etnografisen tutkimuksen apuvälineenä hyödynnetään teknologiaa: tilan yleisen videokuvaamisen lisäksi testiasiakkaat varustetaan joko päällepuetaviin videokameroihin tai silmänliikkeitä jäljittäviin kameroihin (ks. kuvat 1-3). Palvelukohtaamisia tutkitaan erilaisissa ympäristöissä. Vertailtavana ovat voimakkaasti rutinoitunut japanilainen hampurilaisketju (MOS Burger), jossa ruokalista on esillä ja kuluttajalle annetaan ohjeita, mutta sujuva palvelu edellyttää myös kuluttajalta nopeaa toimintaa ja perinteiset sushi-ravintolat, joissa ruokalista ei ole ja kuluttajan on itse osattava keskustella tarjolla olevista vaihtoehdoista kokin kanssa. Molemmissa ympäristöissä kuluttajan on tiedettävä etukäteen, miten kuuluu toimia. Osaamattomuus paljastuu helposti, ellei noudata pelisääntöjä ja käsikirjoitusta. Käyttäytymissääntöjen tunteminen liittyy Japanissa olennaisesti kulttuuriseen pääomaan ja kielen osaamiseen. Länsimaalaisena ummikkona kaiken saa anteeksi, eikä käsikirjoituksen osaamista edes edellytetä, mutta ei-japanilaisiin aasialaisiin ja sujuvasti kieltä puhuviin kohdistuu voimakkaampia odotuksia käyttäytymisnormiston hallitsemisesta. (ks. Hara ym., 2012; Yamauchi ja Hiramoto, 2014.)



Kuvat 1-3: Teknologia apuna aineistonkeruussa, MOSBurger 4.3.2014. Kuvat: Eliisa Kylkilahti

Kulttuurinen koodisto on kiinnostanut myös Satoko Suzukia ja hänen tiiminsä tutkijoita. He ovat verranneet vuorovaikutusta perinteisessä sushi-ravintolassa (*edo-mae style*) ja "liukuhihnasushi-ravintolassa" (*kaiten sty-*

le). Olennaista heidän tarkastelussaan on jaottelu matalan ja korkean kontekstin kommunikaatioon (ks. Suzuki ja Takemura, 2013). Matalan kontekstin kommunikaatiossa tietoa vaihdetaan suoraan puheen tai tekstin muodossa, viestintä on yksiselitteistä ja ohjeet selkeitä. Sen sijaan korkean kontekstin kommunikaatiossa on enemmän tulkinnanvaraa, vihjeet ovat non-verbaalisia ja kontekstisidonnaisia. Ravintoloiden rinnalla on tarkasteltu teatterielämyksen kuluttamista perinteisessä japanilaisessa *nō*-teatterissa. Tällaisen teatteriesityksen seuraaminen on haastavaa, sillä esityksen kesto on useita tunteja ja esityksessä käytetään vaikeasti ymmärrettävään, vanhaa japania. Kuluttajilta vaadittavien resurssien ja osaamisen tutkimuksessa he ovat hyödyntäneet kvantitatiivisia menetelmiä.

Vaikka Japanissa monet asiat ovat vieraita ja toisin, jopa nurinkurisesti, sillä kulttuuri ja kieli ovat uniikkeja, yliopisto on silti hyvin samanlainen ympäristö kuin koti-Suomessa. Akateemisessa maailmassa vallitsevat omat sääntönsä ja oma kulttuurinsa, jotka ylittävät monet muut eroavaisuudet. Akateemisen maailman kielessä keskustellaan tutulla tavalla tutkimuksen teosta, teorioista, menetelmistä, projekteista, rahoituksesta ja opetuksesta. Toki kullakin yliopistolla ja laitoksella on omat vahvuutensa ja haasteensa, mutta juuri siksi akateeminen vaihto kannattaa, nykymaailmassa liikkumisen vapaus ja teknologia mahdollistaa meille lähes rajattomat mahdollisuudet oppia toisiltamme ja saada ohjausta ja vertaistukea omaan työhömmemyös maailman toiselta puolelta. Suosittelen tutkijavaihtoa lämpimästi!

LÄHTEET

- Hara, Yoshinori, Yamauchi, Yutaka, Yamakawa, Yoshinori, Fujisawa, Junya, Ohshima, Hiroaki, and Tanaka, Katsumi (2012) 'How Japanese Traditional "Omonpakari" Services are Delivered - A Multidisciplinary Approach', Proceedings of Annual Service Research and Innovation Institute (SRII) Global Conference 2012, San Jose, USA, 906–913.
- Suzuki, Satoko & Takemura, Kosuke (2013) 'The role of communication styles in the customer selection process: The case of train versus traditional sushi bars', *Frontiers in Service* 2013, Taipei, Taiwan, 8. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/42346/Conference_Proceedings.pdf
- Yamauchi, Yutaka (2011) 'Transforming Information System Design: Enabling Users to Design', Teoksessa M. H. Szymanski & J. Whalen (toim.) *Making Work Visible: Ethnographically Grounded Case Studies of Work Practice*. New York: Cambridge University Press, 299–311.
- Yamauchi, Yutaka & Hiramoto, Takeshi (2014) *Negotiating Selves in Initial Service Encounters: Conversation Analysis of Sushi Restaurant*. *Serviceology for Services*. Springer. (in press)

KIRJOITTAJATIEDOT

Eliisa Kylkilahti työskentelee tohtorikoulutettavana Helsingin yliopiston taloustieteen laitoksella kuluttajaekonomian oppiaineessa.
eliisa.kylkilahti(at)helsinki.fi